



AGRICULTORES, HÉROES Y BANDIDOS. ÉTICA DEL TRABAJO EN RUSIA

R esumen

La reforma rusa empezó hace veinte años y ahora los puestos dirigentes los ocupa la generación que nunca vivió bajo el régimen estalinista. La cultura es una institución pegajosa que transmite actitudes de generación en generación (North, 1998), pero la cultura en Rusia parece tener un filtro adicional porque transmite sólo las actitudes antiempresariales. El objetivo de este trabajo es contribuir a la reflexión sobre las causas del estado deplorable de la ética de negocios en Rusia a lo largo de distintos períodos históricos.

Este artículo está dividido en cuatro secciones. La primera presenta una síntesis de la literatura sobre la ética discursiva y los enfoques a la ética del trabajo en Rusia; la segunda describe los rasgos fundamentales de la ética del trabajo en el período prerrevolucionario; la tercera habla de la ética del trabajo en el período estalinista; la cuarta presenta la ética del trabajo durante la postreforma.

A bstract

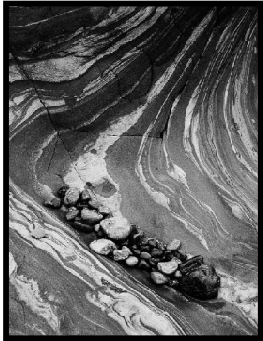
The Russian Reform which took place 20 years ago and the current leaders are worrying about the new generation that never lived under the Stalinist regime. Culture is a contagious institution that transmits attitudes and behaviours from generation to generation (North, 1998), but the Russian culture seems to have an additional filter because it only transmits antimanagement attitudes. The aim of this paper is to reflect about the deplorable causes of business ethics in Russia, along with the different historical periods that existed.

This article is divided into 4 sections. The first one is a bibliographic synthesis about discursive ethics and the different focuses on work ethics in Russia. The second one describes the fundamental ranks of work ethics during the pre-revolutionary period; and the third one talks about work ethics in the Stalinist period; finally, the fourth one shows work ethics during the post-reform period.

Por
Yuri Gorbaneff
Máster en Economía. Pontificia Universidad Javeriana.
Docente Tiempo Completo,
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Pontificia Universidad Javeriana.
E-mail: yurigor@javeriana.edu.co

Palabras clave:

Ética del trabajo,
cultura rusa, revolución
y posrevolución.



INTRODUCCIÓN

*“Soy Zar y esclavo,
Soy gusano y Dios”
Gavril Derzhavin,
poeta ruso del Siglo XVIII*

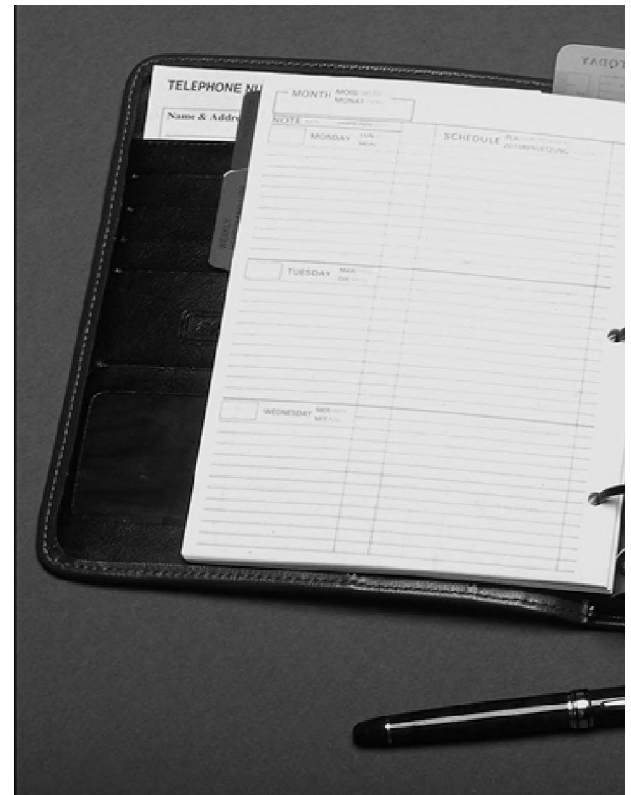
El trabajo es uno de los valores fundamentales de la sociedad humana, pero en todas las culturas la actitud hacia el trabajo es contradictoria. Es la maldición y el castigo por el pecado capital, una carga pesada que reduce a la persona a la categoría de máquina (Marx, 1966: 62–72). Al mismo tiempo es la fuente de los bienes materiales, de la virtud y la perfección moral; la única vía por la cual la persona puede hacerse en algo parecida a Dios.

La cultura rusa no es la excepción, y también es ambivalente en cuanto al trabajo. Ya está claro que en Rusia se formó un tipo especial de capitalismo: el depredador (Yavlinsky, 1998). Para explicar esto, la literatura trata de demostrar que la incipiente cultura de negocios que existía en la Rusia zarista fue destruida por el socialismo. Cuando Rusia en los años ochenta emprendió la perestroika, no encontró una cultura empresarial sino todo lo contrario: una cultura antiempresarial. El resultado fue una actitud depredadora hacia la actividad económica.

Esto recuerda un chiste de la época de Gorbachev. Dicen que Stalin al morir dejó dos sobres a sus herederos en el gobierno. Uno tenía la instrucción: “Abrir cuando las cosas marchen mal” y el otro “Abrir cuando las cosas marchen muy mal”. El primer sobre contenía una carta-consejo a los futuros gobernantes: “Acúsame a mí de todo”. El segundo sobre contenía otro consejo: “Haz como yo”. Parece que en Rusia todavía estamos leyendo la primera carta. Hablando en serio, no hay razón alguna para facturar a Stalin nuestros pecados.

ÉTICA DISCURSIVA Y ESTADO DEL ARTE

Este estudio parte de la revisión de algunos puntos clave de la teoría de la ética discursiva



y la acción comunicativa de Habermas (2002). Habermas ofrece una descripción de la moralidad basada en el discurso. Su teoría usa la razón práctica como medio a través del cual las normas se crean y se ponen a funcionar. Habermas no analiza qué normas existen o qué normas deben existir. Su propósito es explorar y criticar el proceso comunicativo por medio del cual las normas se establecen. Cuando las normas surgen del consenso racional generado a través del discurso abierto y franco, se consideran válidas (Habermas, 2002; Yuthas, Rogers, Dillard, 2002: 144).

Para Habermas, la acción social está compuesta por dos componentes: acción estratégica que busca éxito y acción comunicativa que busca entendimiento. La acción estratégica se diseña para influenciar acciones de los oponentes racionales. La acción comunicativa busca entendimiento mutuo. Cada vez que nos comunicamos, confiamos en el juego de normas o supuestos de validez que de facto son aceptados por los que participan en la comunicación. Los supuestos de validez son: la capacidad de



ser comprensible (el que habla puede ser comprendido), la verdad (lo que se dice es verdad), la sinceridad (el que habla expone sus reales motivos), la corrección (lo que se dice no contradice la norma social) (Habermas, 2002; Yuthas, Rogers, Dillard, 2002: 144).

Existe una abundante literatura empírica sobre la ética de negocios en Rusia. Ageev, Grachev, Hisrich (1995) identificaron cuatro tipos de actitudes empresariales: burocrática (la empresa privada se supervisa por el Estado), pragmática (maximización de beneficios), destructiva (búsqueda de éxito a través de supresión de los rivales con métodos ilegales), responsable socialmente (compatibilidad entre negocio e intereses comunitarios). Para estos autores la actitud rusa con respecto al trabajo y los negocios puede clasificarse de intermedia entre la burocrática y la depredadora.

Las razones de esta situación no están claras. Una lectura atenta de los estudios empíricos e históricos nos indica que sus autores buscan la calentura en las sábanas.

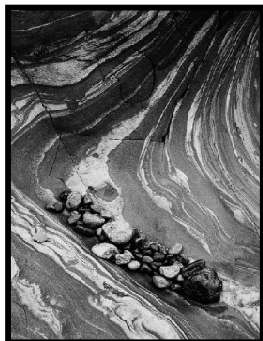
Un grupo de autores sigue a Hofstede (1980) quien demostró que la cultura nacional es importante en la formación de los valores gerenciales. Cada sociedad genera sus propios valores, crea su propia cultura y sistemas organizacionales compatibles con esta cultura (Ralson, 1993). Elenkov (1997) aplicó el esquema de Hofstede (1980) a Rusia y encontró que la cultura rusa se caracteriza por un bajo individualismo, una fuerte distancia del poder y una fuerte tendencia a evitar la incertidumbre; a esto se suma un alto maquiavelismo (preferencia por el uso de intrigas para lograr sus objetivos).

En cuanto a la masculinidad y el dogmatismo, los gerentes rusos mostraron niveles iguales a sus colegas norteamericanos (Elenkov, 1997: 102). En general las diferencias entre los gerentes rusos y norteamericanos no resultaron fuertes. Los primeros son personas moderadamente competitivas y emprendedoras, abiertas a las nuevas ideas. Tratando de entender las causas de esta situación, Apressyan (1997) trata de demostrar que a través de toda la historia rusa se puede notar una cultura antiempresarial, que con mayor fuerza se manifestó en el stalinismo. La perestroika no cambió mucho las cosas, pues no creó condiciones favorables para la moralidad en los negocios.

La hipótesis que se plantea en el presente trabajo se aparta de la doctrina del pecado capital. El déficit ético de los gerentes rusos es una reacción racional frente al carácter no consensual de las reformas. La única posibilidad de moralizar los negocios consiste en generar un espacio para la discusión habermasiana y la elaboración de consenso en la sociedad.

ÉTICA PRERREVOLUCIONARIA DEL TRABAJO

En la Rusia prerrevolucionaria el trabajo más respetado y moralmente digno era el de los agricultores. En el trabajo de los agricultores se manifestaban con mayor fuerza las oportunidades que el mundo abría ante la persona: la dependencia de la voluntad divina, la obediencia a esta voluntad y al mismo tiempo la posibilidad de la iniciativa y el



emprendimiento. En el trabajo agrícola se lograba la integración con la tierra y la proximidad a la naturaleza, la posibilidad de dejar una huella sobre el medio ambiente.

Los agricultores tradicionalmente combinaban armónicamente los elementos de un trabajo comunitario con la responsabilidad personal por los resultados de su trabajo. Los agricultores tenían una manera envidiable de manejar el tiempo de trabajo, el cual no estaba separado de otras dimensiones de su vida (Zarubina 2003: 2).

Gracias a estos rasgos los agricultores tradicionales ostentaban una identidad personal y una visión cosmocéntrica del mundo, se veían a sí mismos como parte de un todo, estaban conscientes de su responsabilidad y del rol en la naturaleza y la sociedad. Detrás de la percepción social del trabajo de los agricultores en la Rusia prerrevolucionaria, estaba este arquetipo tradicional del agricultor (Panarin, 2002).

El trabajo de un obrero industrial o trabajador urbano en general, en cambio, se consideraba como la vía segura a la degradación moral, porque las personas se desarraigaban y se privaban de todo lo que era importante: una comunidad estable de familiares y amigos, la propiedad, la naturaleza. Además, de acuerdo con las condiciones de trabajo urbano, los empleados tenían que mantenerse en contacto con las máquinas deshumanizadas y dependían de los patrones. De aquí se concluía que los habitantes urbanos carecían de un eje moral y no tenían restricciones morales que pudieran prevenirlos contra la perversión, el crimen, la traición, la rebeldía. Se dudaba incluso de los sentimientos religiosos y patrióticos de los empleados urbanos, porque sus condiciones de vida los hacían personas incompletas. Los habitantes urbanos no se consideraban ellos mismos parte del cosmos armónico y eterno, sino una rueda en la máquina social, que podía ser desmontada y rediseñada según las necesidades de los patrones y las clases dominantes (Zarubina, 2003: 2).

Las condiciones de vida imponían sellos diferentes sobre los agricultores y los

trabajadores industriales. Si para los agricultores el trabajo constituía la base de su identidad y de la socialización de la persona, para los empleados urbanos el trabajo no era sino una condición de la existencia física. En la ciudad el tiempo de trabajo estaba separado claramente del tiempo libre. La vida auténtica se desarrollaba sólo en el tiempo libre. Es la famosa alienación descubierta por Marx, quien mostró cómo la vida misma se transformaba en el medio para sobrevivir (Marx, 1966: 62–72).

Un grupo social escapaba a esta estructura binaria medieval. Eran los partidarios de un credo religioso ortodoxo fundamentalista, los *Starover*, o viejos creyentes, que se negaron a aceptar la reforma eclesiástica de Pedro I en el siglo XVII. El rasgo fundamental de su actitud hacia el trabajo y los negocios era la responsabilidad social. Los paralelos con los protestantes weberianos (Weber, 1985) eran notorios. Los *Starover* consideraban los negocios una obligación religiosa. El trabajo como un remedio ascético era considerado un fin en sí mismo y no un simple medio para ganarse la vida. En su vida privada practicaban la frugalidad, el ahorro, la modestia; observaban la palabra dada y valoraban el servicio a la comunidad (Apressyan, 1997: 1562). Incluso cuando los *Starover* se dedicaban al trabajo asalariado, industria o comercio en las ciudades, la sociedad no ponía en duda sus credenciales éticas.

Las actitudes medievales hacia el trabajo y los negocios fueron sacudidas por Pedro I quien llegó muy pronto a la conclusión de que para resolver los problemas del subdesarrollo se necesitaba un impulso a la industria y el único que podía proporcionarlo era el Estado. El Estado debía entonces asumir el papel del empresario colectivo schumpeteriano (Schumpeter, 1968: 262). Según Kluchevsky (1958, v. 4: 108), Pedro I creó las condiciones para el avance en todas las áreas, especialmente en la industria minera y metalúrgica, necesarias para la autosuficiencia en la defensa. Su estrategia de industrialización se basaba en cuatro pilares.

Primero, la contratación de especialistas extranjeros para trabajar en las empresas rusas. Esta práctica funcionaba antes de Pedro I pero él la amplió significativamente. Desde 1698 llegó a Rusia una corriente de especialistas en todas las áreas de técnica, arte y ciencias. Sólo en Ámsterdam Pedro I contrató más de mil especialistas. A los extranjeros se asignaban salarios atractivos con una sola condición: transmitir el conocimiento tácito y secretos industriales a sus colegas rusos (Kliuchevsky, 1958, v.4: 111).

Segundo, el envío de trabajadores rusos a aprender en el exterior. Durante el reinado de Pedro I en las principales ciudades europeas estaban estudiando y trabajando decenas de ciudadanos rusos, a los cuales les pagaba becas el Estado. La gama de temas abarcaba todo el universo científico, artístico y técnico. Especialmente interesaba a Pedro I el aprendizaje en tecnología industrial. Esta forma de transmisión de conocimiento era preferida por el gobierno ruso, porque permitía no sólo adquirir el conocimiento de la tecnología dura, sino también de las tecnologías administrativas avanzadas.

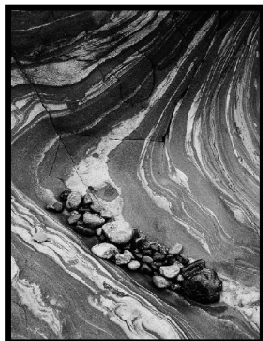
Tercero, la propaganda legislativa del espíritu empresarial. Las profesiones libres fueron puestas en el mismo nivel social que los roles sociales respetados tradicionalmente, los de terratenientes y sacerdotes. Por ejemplo, la ley que establecía el orden de herencia de las haciendas entre hermanos, prescribía que los hijos de padre hidalgo que se quedaban sin tierra debían conseguir su pan diario con el estudio, el comercio, el servicio al Estado u otra actividad; y todas estas formas de ganarse la vida eran igualmente dignas. El propósito de promover el espíritu empresarial era doble. Por un lado, inducir a la aristocracia terrateniente al comercio y la industria; por otro, estimular el desarrollo de la burguesía rusa. Pedro I, autócrata feudal, tenía la necesaria amplitud de visión para promover los valores y actitudes burgueses. En numerosas ocasiones, en sus decretos, reafirmaba que una empresa exitosa era un mérito nacional. Es interesante su argumentación: una empresa era meritoria porque aumentaba el empleo y daba pan a los que no lo tenían (Kliuchevsky, v. 4: 114)

Cuarto, los subsidios, privilegios, créditos. La herramienta más poderosa utilizada por Pedro I en su política de implantación de industria y comercio fueron los privilegios y los subsidios. Atraídos por los subsidios, aristócratas y burócratas se dedicaron a la industria, mano a mano con los sencillos campesinos y comerciantes. Tratando de dar estabilidad a las nuevas empresas, Pedro I promovió la forma de compañía comercial por acciones. En la Rusia medieval se elaboraron varias formas de asociación de capital. Las más comunes eran las empresas familiares con capital indivisible, manejadas por gerentes –líderes de los clanes familiares correspondientes. Las empresas familiares se asociaban en alianzas estratégicas.

Utilizando la lógica de Habermas, los empresarios de la época de Pedro I daban el uso pragmático a la razón práctica y quedaban cortos a la hora de su uso ético y moral. Predominaba un hombre de negocios pragmático, de mente rápida, que esperaba una ganancia segura a corto plazo, y no muy preocupado por la sostenibilidad de la industria. Lo más importante para los empresarios era conseguir subsidios y ayudas del gobierno, sin los cuales la mayoría de los negocios no serían factibles. De aquí la importancia de mantener relaciones con políticos y burócratas.

Un clima de invernadero y de tutela estatal acompañó la industria rusa en su nacimiento. Pero buscar en este hecho algo fatal que sellara toda la actitud de la cultura popular hacia el trabajo y los negocios no es correcto, porque esta misma política de estímulos utilizaron todas las potencias industriales en los primeros tiempos. Poco a poco Rusia generó una ética más sólida de negocios. Seguramente una parte fue proporcionada por los viejos creyentes, pero otra se cristalizó a través del desarrollo económico.

La literatura clásica rusa dio testimonio de la admiración y respeto que la sociedad sentía por los trabajadores y emprendedores. Esto se ve en *Oblomov* de Nikolai Goncharov, en *Tres hermanas* de Chejov, en *Guerra y paz* y *Ana Karenina* de Tolstoy. De sobra está decir que si alguien logró expresar el espíritu nacional ruso, fue Tolstoy. En *Guerra y Paz*



uno de los personajes, Nicolai Rostov, al casarse con la princesa Mariía, se retiró del ejército y se hizo terrateniente. Se dedicó a la finca familiar, primero por necesidad de conseguir recursos, pero poco a poco su nueva actividad lo absorbió hasta tal grado que la esposa empezó a experimentar celos.

Tolstoy utiliza palabras conmovedoras para describir la actividad administrativa de Nicolai, quien representa el ideal tolstoyano de un dueño–gerente práctico, dedicado y socialmente responsable, con la cosmovisión típica del paradigma del agricultor tradicional. Nicolai, dice Tolstoy, “no se encargaba de ninguna parte de la finca en particular. Ante su mirada siempre se encontraba la finca entera, no sus partes integrantes. En la finca el objeto más importante no era el nitrógeno o el oxígeno ni las máquinas especiales sino aquel instrumento principal a través del cual actúan el nitrógeno, el oxígeno y las herramientas - el trabajador” (Tolstoy, 1980, v..4, Epílogo, parte 1, cap. 7: 266).

El secreto del éxito empresarial de Nicolai, según Tolstoy, fue su mirada holística del negocio, la comprensión de la idiosincrasia cultural de los campesinos, la disciplina sin arbitrariedad y la justicia sin sentimentalismos. En la siembra y en la cosecha Nicolai se preocupaba por los cultivos de los campesinos, como por sus propios, y no perdía la oportunidad para aumentar la cantidad de ganado o de tierra que tenían sus campesinos. El resultado fue un éxito comercial y un alto reconocimiento de su gestión entre los campesinos, si bien



no siempre entre sus colegas terratenientes, que en su mayoría preferían el enriquecimiento a través de la sobreexplotación de los campesinos.

ÉTICA STALINISTA DEL TRABAJO

El socialismo estalinista agregó nuevas dimensiones a la ambivalencia hacia el trabajo, que ya venía observándose en la sociedad prerrevolucionaria. Atendiendo la tarea práctica de la colectivización y la industrialización, el estalinismo se vio obligado a desmitificar el trabajo de los agricultores y a exaltar el trabajo de los obreros industriales. Recogió la antinomia tradicional de los arquetipos agricultor – obrero industrial, e hizo énfasis en los rasgos de los agricultores que servían más a los intereses de la ideología oficial: el carácter reservado, el desinterés en los asuntos nacionales, la cosmovisión estática en la que el único cambio que se reconocía era el cambio cíclico de las estaciones. La propaganda estalinista, respondiendo a las necesidades de la política de colectivización, hizo énfasis en los rasgos del agricultor como pequeño propietario: el egoísmo y el pragmatismo excesivos (Zarubina, 2003: 3).

Mientras la propaganda demolía el arquetipo del agricultor, la política destruía las bases económicas de los agricultores individuales. El destino del agricultor como trabajador no alienado, resultó trágica en el estalinismo. La naturaleza económica de los agricultores los hacía valorar la propiedad privada y no se enmarcaba dentro del proyecto socialista de la propiedad colectiva. El gobierno stalinista intentó transformar los agricultores en los obreros agrarios. Esta violencia sobre el sentido común tuvo consecuencias trágicas. La naturaleza del trabajo agrario estaba lejos del ambiente fabril controlado y predecible.

El sistema de los *koljoz* (granjas colectivas) y *sovjoz* (granjas estatales) fue uno de los fracasos del stalinismo. El gobierno, por razones ideológicas, insistió en el esquema, y como resultado, aún hoy en el campo ruso la cultura laboral no ha logrado resucitar el arquetipo de agricultor tradicional, posiblemente perdido para siempre. La

existencia de las parcelas privadas que se permitían, se prohibían y se volvían a permitir, no podía restablecer la integralidad de la mentalidad campesina. Como resultado, el tiempo de vida de los campesinos estalinistas se partió en dos, como en la época feudal: el tiempo de trabajo para sí mismo y el tiempo de trabajo para el *koljoz*. (Zarubina, 2003: 7)

En cambio, el estalinismo concedía a los empleados urbanos unas características sociales y morales que se explicaban por la ausencia de la propiedad y el desarraigo de la comunidad establecida y estática. Las clases urbanas, especialmente la obrera, según el dogma estalinista, poseía un horizonte amplio intelectual, equidad, altruismo, predisposición al cambio; percibían la sociedad como una máquina capaz de ser mejorada según un proyecto equitativo (Zarubina, 2003: 3)

Para hacer el trabajo industrial atractivo le faltaba superar la alienación y darle sentido. Esta construcción de sentido se desarrollaba por varios caminos, simultáneamente. La liquidación de la propiedad privada sobre el capital tenía que eliminar la base económica de la alienación. A partir de la revolución socialista, los obreros empezaron a trabajar para sí mismos, para la nación socialista. Esto tenía sentido porque la sociedad era testigo de la construcción de una infraestructura y de cómo sectores industriales enteros estaban ahora con la mejor tecnología mundial disponible (McCannon, 1997).

Paralelamente, se cultivaba el heroísmo del trabajo industrial. En la propaganda estalinista se identificaba a los trabajadores urbanos, especialmente obreros industriales, como héroes que sometían la naturaleza, transformaban los insumos inertes en productos necesarios y creaban la base de la cultura material (Zarubina, 2003: 5). Finalmente, la actitud creativa y transformadora que los empleados urbanos poseían por definición, se extrapolaba a la misma estructura de la sociedad, la cual debía ser rediseñada y perfeccionada como una máquina. Aquí la cultura estalinista

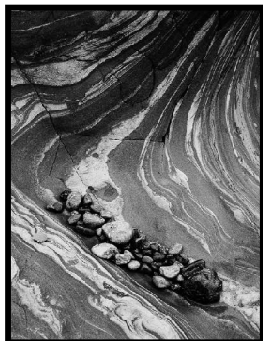
seguía el arquetipo del obrero industrial con su conciencia sociocéntrica (Zarubina, 2003: 3).

La motivación estalinista del trabajo industrial podía funcionar sólo gracias al fuerte liderazgo de Stalin. Después de su muerte el sistema empezó a descomponerse y la motivación al trabajo descendía en la medida en que las nuevas generaciones sustituían la generación educada y disciplinada por la propaganda, el terror, el ejemplo personal de los líderes y los logros reales de la economía durante el gobierno de Stalin (Khanin, 1991).

El periodo estalinista, que en su forma blanda persistió hasta Gorbachev, asestó un golpe sensible sobre la cultura de trabajo. Degradó a los agricultores y puso en alto a los trabajadores industriales. Sin embargo rescató la motivación al trabajo cuando éste se dirigía al logro de los objetivos nacionales. El régimen de Stalin sufrió una crisis en la postguerra con Kruschev y en la década 1970 – 1980 se volvió caricaturesco con Brezhnev. En los años 80 el régimen stalinista blando dejó de funcionar y tenía que ser sustituido, tarea que le correspondió a Gorbachev. Como en el caso de Julián el Apóstata, quien en la novela de Merezhkovsky intentó conservar los rituales de la fe anterior en una sociedad que no veía sentido en estos rituales (Merezhkovsky, 1953), los llamados de Gorbachev al trabajo consciente y disciplinado en bien de un futuro luminoso fueron acogidos primero con escepticismo cortés y después con abierta burla.

ÉTICA DEL TRABAJO EN LA POSTREFORMA

Con este bagaje de actitudes hacia el trabajo, Rusia entró en las reformas de los años ochenta. La transición fue realizada en el momento de una crisis política y económica causada por el fracaso del sistema dirigente (Apessyan, 1997: 1563). La crisis se manejó con “terapia de choque” por parte de Yeltsin. El resultado fue la destrucción del PIB, a tal grado que a mediados de la última década del siglo el PIB ruso era del 40% del nivel de finales de los años 1980 (Apessyan, 1997: 1563).



La caída del nivel de vida de la población y la polarización de los ingresos no fue compensada por resultados positivos de la reforma. Sobre este telón de fondo surge un grupo de personas de negocios que lograron pescar en río revuelto. El pragmatismo que antes de la revolución estaba restringido por la mentalidad agrícola y que después de la revolución quedó restringido por la férula de Stalin, entre 1960-80 se salió de control, y en los años noventa floreció a sus anchas.

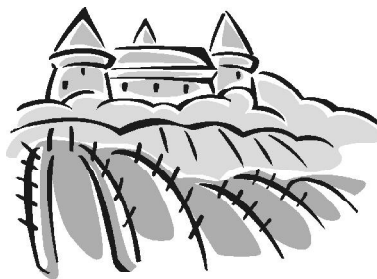
El primer grupo social que dio rienda suelta a sus instintos oportunistas fue la misma nomenclatura. Siendo heredera del arquetipo del guerrero, desde hacía mucho tiempo acariciaba la idea de adueñarse de lo construido por los agricultores y trabajadores urbanos (Zarubina, 2003: 8). En 1990 la nomenclatura sintió que la apatía en la sociedad era tan grande que nadie se iba a oponer a una privatización amañada. La hora llegó. Bajo la batuta de Gorbachev y Yeltsin se llevó a cabo la *prijvatizacion*-juego de palabras que combina la palabra *privatizar* con *javat* (agarrar, en ruso). De aquí nace un nuevo arquetipo de “comerciante - guerrero” medieval, que combinaba el comercio con el robo (Zarubina, 2003: 8). La relación positiva entre el trabajo y la riqueza, que era visible incluso en el estalinismo, con Gorbachev y Yeltsin se borró. Se creó la correlación entre la riqueza, el engaño y la violencia.

La *prijvatizacion* de Gorbachev y Yeltsin hizo ilegítima la institución más importante del mercado: la propiedad. Que la propiedad de los oligarcas es ilegítima, en esto toda la sociedad rusa está de acuerdo. Es significativo que cuando el gobierno de Putin puso tras las rejas a Hodorkovsky - dueño de la petrolera Yukos y del banco Menatep, y pidió en extradición a otro oligarca Berezovsky, la popularidad de Putin creció. Los principales partidos de oposición incluyen en sus plataformas la revisión de los resultados de las privatizaciones de los años 90. Mas, la verdad es que la baja legitimidad de la propiedad de los nuevos ricos echa una

sombra de duda sobre toda la actividad empresarial.

La sombra de ilegitimidad afecta las relaciones de confianza hacia y entre los empresarios. Pero el mercado no puede funcionar sin cierto nivel de confianza. Este vacío lo llenan las mafias y las redes informales que permiten bajar los costos de transacción entre los participantes, pero traen costumbres criminales en los negocios. La retirada del Estado de la economía descubrió otro vacío en las instituciones rusas de mercado: el subdesarrollo del sistema legal.

Las mafias llenan el vacío con su propio sistema de “solución” violenta de conflictos.



La ilegitimidad de la propiedad obliga a los empresarios a adoptar una actitud de corto plazo. La actividad privada exitosa está restringida a áreas económicas fáciles de

explotar, por ejemplo, a los recursos minerales, porque se trata de productos con demanda garantizada. La manufactura, que exige inversiones en equipos, investigación y desarrollo a largo plazo, no tiene alternativa porque los propietarios no miran al futuro con seguridad.

El resultado es una actitud pública cautelosa y pasiva frente a los negocios. Para tener éxito, una persona de negocios tiene que resignarse a la deshonestidad. Si una persona quiere conservar la paz, no debe dedicarse a los negocios. La industria, el agro, la ciencia y la educación fueron arrasadas por la cultura del “comerciante-guerrero”. Si no murieron definitivamente fue porque las personas que trabajan en el sector real conservaron una motivación no utilitaria del trabajo. Ellos trabajan porque los mueve una ética del deber. Sus orígenes son ambiguos y contradictorios. Por un lado, está la ética de agricultor tradicional, que se conservó a pesar del estalinismo. Por otro lado, están los restos de la ética estalinista del trabajo heroico en bien de la nación, que por milagro se conservaron mientras el sistema estalinista caía. Estas dos éticas de trabajo

ocupan un lugar marginal. Pero si la sociedad rusa está predestinada a salir de la crisis, será gracias a estos dos sistemas de valores.

La única manera de lograrlo es abrir un debate habermasiano sobre el tipo de sociedad que se está creando en Rusia. Este debate está pendiente desde hace veinte años, cuando Gorbachev asumió la dirección del país y autoritariamente, en las mejores tradiciones del partido comunista, definió la estrategia de la reforma, continuada por Yeltsin. Los esfuerzos de Putin, dirigidos a crear las instituciones de mercado (Rodrik, 2000), especialmente la estabilización política y macroeconómica, la reforma de la justicia y la persecución de los “oligarcas” que cometieron crímenes en la “prijvatización”, encuentran apoyo en la sociedad.

Desde 2000 Rusia experimenta un significativo crecimiento del PIB, aumento del nivel de vida y en consecuencia, mayor

optimismo. El gobierno piensa doblar el PIB ruso de 2000 para 2010 y disminuir la pobreza en el 50% en 2004 – 2007 (RFE/RL Newsline, 2004). Aparentemente es una coyuntura favorable para entablar la comunicación habermasiana, para llegar a unos mínimos éticos. Pero el papel que juegan los militares y la policía secreta en el aparato del presidente, el control estatal sobre la TV, el peso del aparato burocrático en la economía, indican que Putin apunta a la modernización más que a la democratización.

Sin la demorada democratización no puede darse el debate habermasiano que, si bien no promete ninguna respuesta única correcta porque afecta los intereses de los participantes, permite la sensibilización mutua de los actores y un acuerdo (Habermas, 2002: 300–302). Sin tal debate Rusia va a seguir sin definición entre los paradigmas del agricultor, del héroe industrial estalinista y del comerciante–guerrero.

BIBLIOGRAFÍA

Ageev, A.; Grachev, M.; Hisrich, R. (1995). *Entrepreneurship in Soviet Union and post-socialist Russia*. En: *Small Business Economics*, 4, pp. 365 – 376.

Apressyan, Ruben (1997). *Business ethics in Russia*. *Journal of Business Ethics*, 16, pp. 1561 – 1570.

Elenkov, Detelin (1997). *Differences and similarities in managerial values between U.S. and Russian managers*. *International Studies of Management and Organization*, 27 (1), Spring 1997, pp. 85 – 106.

Habermas, Jurgen (2002). *Verdad y justificación*. Madrid, Trotta.

Histrich, Robert; Bukar, Branko; Aztark, Sevgi (2003). *A cross - cultural comparison of business ethics: cases of Russia, Slovenia, Turkey, and U.S.* *Cross Cultural Management* 10 (1), pp. 3 – 29.

Hofstede, Geert (1980). *Culture's consequences: international differences in work - related values*. Beverly Hills, CA, Sage.

Khanin, G. (1991). *Dinamika ekonomicheskogo razvitiia SSR, Novosibirsk, Nauka Kliuchevsky,*

V. O. (1958) *Kurs russkoi istorii*. Moscú, Editorial Literatura Socio- Económica.

Marx, Karl (1966). *Manuscritos económico-filosóficos de 1844*. En: Marx, Karl (1966). *Escritos económicos varios*. México, Grijalbo, pp. 25 – 107.

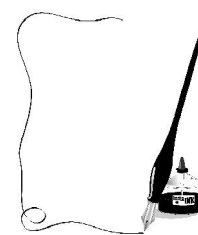
McCannon, John (1997). *Positive heroes at the Pole: celebrity status, socialist - realist ideas and the Soviet myth of the Arctic*, *Russian Review* 56(3) July 1997, pp. 346 – 365.

North, Douglass (1998). *Institutions, Institutional change and economic performance*, Cambridge, Cambridge University.

Panarin, A. C. (2002). *Pravoslavnaya zivilizatsiia v globalnom mire*. Moscú.

Ralston, David; Gustafson, David; Terpstra, Robert; Holt, David; Cheung, Fanny; Ribbens, Barbara (1993). *The impact of managerial values on decision making behavior: a comparison of U.S. and Hong Kong*. *Asia Pacific Journal of Management* 10 (1), pp. 21 – 37.

Zarubina, Natalia (2003). *Proklatoe blago*. *Otechestvennye Zapiski* 2003, v. 3.



PAUTAS PARA LA CONSIDERACIÓN DE TRABAJOS DESTINADOS A LA REVISTA INSTITUCIONAL DE LA EAN

1. Normas de presentación ICONTEC, notas de pie de página breves con numeración correlativa al texto, pautas de citación correcta y completa bibliografía utilizada para la elaboración del escrito, ordenada alfabéticamente (Protocolo Harvard). Originales en hojas carta (21.5 x 28 cm), en procesador word 6.0 o 97, en diskette, a doble espacio. Extensión mínima de 15 cuartillas y máxima de 40.
2. Codificar figuras, tablas estadísticas, cuadros y gráficos de tal manera que al hacer mención de estos dentro del texto, la relación entre el escrito y el respectivo esquema sea coherente. Los dibujos gráficos y curvas deben remitirse en tinta negra y en procesador de texto o en paquetes de diseño gráfico.
3. Concordancia entre los acápites, los textos y los cuadros, tablas datos y figuras explicativas, adjuntando las series o variables, lo mismo que las notas de pie de página aclarativas, que deben observar la foliación.
4. Coherencia entre los capítulos y el tema del trabajo, lo mismo que en el orden de su secuencia.
5. Todo trabajo debe tener un resumen en español e inglés, en el que se expliquen los objetivos específicos y las principales conclusiones del trabajo.
6. Todos los artículos deben tener palabras clave.
7. En lo posible no utilizar más de tres niveles en la jerarquización del artículo, utilizando convenciones diferentes en la división de niveles y subniveles.

8. Los trabajos presentados suponen que el material es original del autor y no ha sido publicado anteriormente o sometido simultáneamente a otra publicación. Se debe anexar un resumen de la hoja de vida del autor.

NATURALEZA DE LOS ARTÍCULOS

Teniendo en cuenta que los artículos deben tener un carácter técnico, científico y cultural, el autor del texto puede considerar todos los temas; pero se dará prioridad a los artículos afines a las disciplinas del conocimiento a partir de las cuales la EAN genera sus programas de pregrado y postgrado y sus líneas de investigación.

ESTRUCTURA

Se sugiere la siguiente estructura para las presentaciones: Resumen y abstract, introducción, desarrollo, discusión, conclusiones y bibliografía.

DERECHOS DE AUTOR

Los autores de artículos que se publiquen en la Revista, tendrán derecho a recibir diez (10) ejemplares del número de la edición en la que apareció la colaboración. El autor debe-

REMISIÓN DE ARTÍCULOS

Centro de Investigaciones
Carrera 11 No. 78 - 47
Apartado Aéreo 100888
E-Mail:
investigaciones@ean.edu.co
Bogotá D.C.
Colombia - Suramérica

rá autorizar a la EAN de manera escrita la publicación de su artículo.

INFORMACIÓN DE COPYRIGHT

- El copyright de esta Revista pertenece a la Escuela de Administración de Negocios EAN.
- Los artículos publicados en la Revista EAN pueden ser reproducidos con fines académicos citando la fuente y el autor.
- Una vez aceptado un artículo para su publicación, el autor o autores transferirán los derechos de copyright a la Escuela de Administración de Negocios EAN por medio de la firma de un acta de sesión de derechos de acuerdo con lo estipulado por la Dirección Nacional de Derechos de Autor de Colombia.
- En cualquier caso, el Comité Científico y Editorial de la Revista entiende que las opiniones vertidas por los autores son de su exclusiva responsabilidad.

PASOS PARA LA EDICIÓN DE LA REVISTA

- El editor recibe los artículos y los somete al Comité Editorial de la Revista.
- Los artículos seleccionados por el Comité Editorial serán evaluados por pares externos quienes emitirán un concepto sobre la eventual publicación del artículo.
- Se utilizará el sistema de evaluación doblemente ciega.
- La Escuela de Administración de Negocios EAN se reserva el derecho de publicar o extraer los artículos y no se responsabiliza por el contenido de los mismos.